

a teszt is átveszi. Az említett hibák közül néhányra hívja fel a figyelmet a Tudomány 1991. decemberi száma (Rózsa László 1991. Tankönyvekről: A gimnáziumi biológia oktatás válsága Magyarországon – Tudomány, p. 56-58.), de előfordulnak a tesztben kisebb pontatlanságok a rendszertani kérdéseknél is. Ilyen elírás található a gyűjtemény 7. oldalán, a 10. feladatnál. A csiga – általánosan – nem sorolható semmiféle rendszertani kategóriába. Van csigák osztálya, tüdős csigák alosztálya, van nyeles szemű tüdős csigák rendje, van éticsigafélék vagy félmeztelen csigák családja, és van éticsiga, vagy például magyar félmeztelen csiga. Csak csiga nincsen.

Néhány ilyen pontatlanságtól eltekintve ez az újszerű feladatsorozat jól alkalmazható témazáró dolgozatok, órai gyakorló munka vagy önálló tudásfelmérés alkalmával.

Gál Béla – Dr. Kánitz József – Dr. Kovács László – Dr. Németh Endre – Szécsi Szilveszter: BIOLÓGIAI TESZTEK KÖZÉPISKOLÁSOKNAK Szeged, Mozaik Oktatási Stúdió, 1990.

Dr. Fülöpné Strohner Irén – Formann Istvánné – Hegymeginé Nyíri Enikő – Ungvári Imre: Jól felkészültem-e? Biológiai feladatsorozatok középiskolásoknak, II. osztály. Szeged, 1991. Mozaik Oktatási Stúdió.

BÉKÉSI ZSOLT

Médiafogasztók Klubja

A televízió (első rész)

(Egy új bútordarab.) Ha az ember tévét vesz, elvárja, hogy a készülék jól illeszkedjék a lakás berendezéséhez. Néha ez olyan jól sikerül, hogy a tévét nem is ismerjük fel. Van, amikor stílbutómatk álcázza magát, máskor faredőny mögé bújjik.

A tévével azonban mindenképp új bútordarab költözött a lakásba, mint ahogy "megérkezik" egy karosszék vagy egy szekrény. Az új bútordarab abban különbözik a többitől, hogy segítségével "messze látunk" – a tévé, ahogy mondják: "ablak a világra".

Meglátni azt, ami a messzeségben történik ősrégi vágya az embernek. De ezt a vágyálmat nem váltja valóra a televízió! Csak azt láthatjuk és hallhatjuk benne, amit a tévé akar mutatni: azt a programot, amit a tévések csinálnak, azokat az információkat, amelyeket szerintük meg kell kapnunk – tehát nem azt, ami "a messzi távolban történik". Ha veszek egy bútort, az az enyém. A tévé azonban voltaképpen nem az én tulajdonom, hanem azoké, akik "adnak". Én magam befolyásolni; a programot mások csinálják. A tévé behatol magánéletünkbe, sőt annak állandó részévé válik. Szabadidőnk legnagyobb részét neki áldozzuk. A tévét bekapcsolni természetes gesztusunkká vált. A tévé a bizalmasunk. Ami a képernyőn történik, a lakásunkban történik. Miután a készülék olyan, mint egy bútordarab, annál távolabbra kerülünk tőle! Aki azonban a valósággal hajlamosak vagyunk azt hinni, hogy a markunkban van. Pedighát...

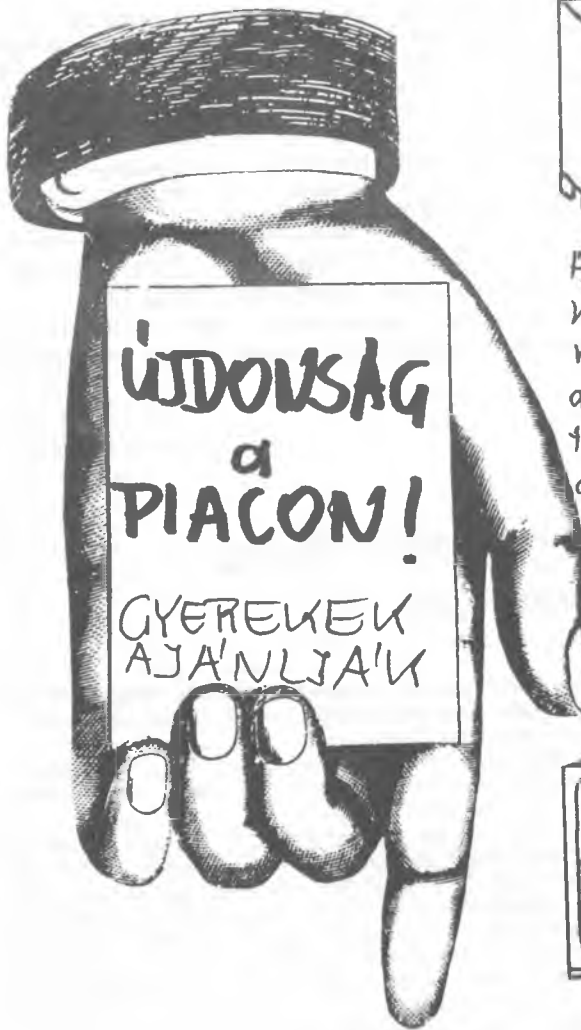
A televízió nem bútordarab. Amikor hazahoztuk, *egy médiumot fogadtunk be a lakásunkba, a családunkba.*

Az ember azt gondolja: a tévével otthonomba jön a világ. Ennek a vélekedésnek következményei vannak. Aki ugyanis úgy gondolja, hogy "a világ otthonába jön", még az orrát sem fogja kidugni, hogy a valóságban megtapasztalja a világot. Ezért (is) marad egyre több ember otthon.

A képernyő (másodlagos) élményvilága kiszorítja a valóság (elsődleges) élményvilágát. Milyen tragikus félreértés! Miközben a televízió keltette illúzió elhitheti, hogy egyre közelebről és mélyebben ismerjük meg a valóságot, annál távolabbra kerülünk tőle! Aki azonban a valósággal mégis közvetlenül találkozik, az annak óhatatlanul részese is lesz. Állást kell foglalnia, talán be is kell avatkoznia az események menetébe.

Képzelnék el, hogy vasúti szerencsétlenség történik. Ha a valóságban élelem át, segíthetek, sőt segítenem kell. Lehet, hogy közben összepiszkolódom, elszakítom a ruhámat. A tévé előtt kényelmesebb. Ülök a karosszékben, a meleg szobában, sört iszom, és tarka képeket nézek. A vasúti baleset engem nem veszélyeztet. Láthatom, amint emberek meghalnak, roncsok torlódnak, ahogyan mások segítenek a szerencsétlenül jártakon. Mint egy játék. Ha nem érdekel tovább, abbahagyom. Csak egy gombot kell megnyomnom, s máris egy másik játék kellős közepén vagyok.

A képernyő előtt ülő ember tévészméje (illúziója) az, hogy "jelen lehet" ujjá hegyének bepsziktása vagy az állásfoglalás kötelezettsége nélkül. Hogy nem kell cselekednie, cselekednek



A csodakészülték működése: névadásra megjelenik egy TÚVÖK a képernyőn, és mutatja a néző nyitott arcot, a sok nézetből kánikás szemét...

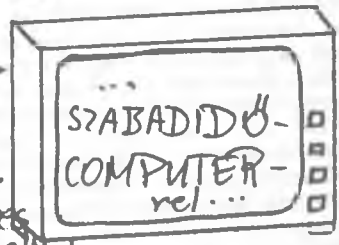
Ez a legújabb fejte-
tésű készülék csak
jó HÍRENNEL műkö-
dik. Máskor automa-
tusan kikapcsol.



ELALTATÓ AUTOMATIKA
és
ILLATFELHŐT KIBOCSAJTÓ
csövecsketgomb!



SZENZÁCIÓ!
Legfeljebb 1 drds tévzés
után masindnk kikapcsol.
Ezután a beépített computer
kijelzi a képernyőre a kénetsé-
értelmes SZABADIDŐ-programot.



helyette mások. Pedig a televízió nem biztosítja a "jelenlétet"; s egyébként is csak azoknak a dolgoknak (passzív) átélésére ad alkalmat, amelyeket e célra választottak ki, vagy kreáltak és estéről estére e célból vetítik a képernyőre.

De mi van akkor, ha az ember nem mindent csak nézőként akarna átélni? Ha ő maga is szeretne valamit tenni? Bár hiszen míg tévét néz, cselekszik is: sósmogyorót ropogtat és Colát iszik.

("...ponyvapornó az elejétől a végéig...") *Garp*, a fiatal író, *Helen*, a felesége, *Duncan*, kettejük 11 éves fia és *Jenny*, kettejük újszülött kislánya *John Irving: Garp szerint a világ* című regényének hősei. Amerikából jöttek, és egy szörnyű családi tragédia okozta sokkából próbálnak magukhoz térni Bécsben. Itt éri őket az éjjeli telefonhír, hogy *Garp* édesanyját, *Jenny Fields* emberjogi harcost odahaza egy gyűlésen agyonlőtték.

"Garp, Helen, Duncan meg a kicsiny Jenny ült a bécsi penzióban, és várta Jenny Fields meggyilkolását. Zavart öreg háziasszonyuk kávéját és aprósüteményt tett eléjük. Enni csak Duncan evett.

Utoljára Jenny Fields emelkedett szólásra egy teherautó rakodóterén. Roberta Muldoon emelte fel és rakta elébe a mikrofont. Jenny kicsinynek látszott odafönn, kivált, amikor Roberta is melléje ugrott, de nővér ruhája kiemelte a tömegből.

– Jenny Fields vagyok – mondta tapsok, füttyök és miákolások közepette. A parkoló körül mozgó teherautókról vadászkürtöző felélt rá. A rendőrség hangosbeszélőn figyelmeztette a teherautósokat, hogy távoljanak. Tágultak és visszakerültek mégis. – Többnyire tudják ki, vagyok – mondta aztán Jenny Fields. Ismét taps, ismét fütty, ismét vadászkürtöző hallatszott – majd lövés és csattanása, megfellebbezhetetlen, mint a villámcsapás.

Senki nem látta, honnan jött. Jennyt Roberta Muldoon kapta el a hóna alatt. Fehér egyenruháját kis fekete folt éktelenítette el. Majd Roberta leugrott a kocsirol, és Jennyvel a karjában hátvédhez méltóan süvített keresztül a tömegen, mint aki viszi a labdát előre. A tömeg szétnyílt. Jenny fehér nővér ruhája elveszett Roberta ölelésében. Rendőrautó indult meg feléjük. Amikor a közelükbe jutottak, Roberta szinte nyújtotta nekik Jenny Fields testét. Garp egy pillanattal látta anyja rezdületlen fehér ruháját, amint egy rendőr besegítette a kocsiba Robertával együtt.

Azzal elhajtottak, mint mondják. A kamera figyelmét a köröző teherautó és a rendőrség közt kitört tűzharc vonta magára. Később egy vadászkabátost mutatott mozdulatlanul a parkoló betonján – mintha olajfolt csúszott volna el –, még később fegyvert totálplánban és a hírmagarázó azt mondta róla, vadászpuska.

Sokat hangoztatták, hogy a vadászidény még nem kezdődött el hivatalosan.

Bár pucérság nem volt a közvetítésben, Garp mégis megállapította, hogy ponyvapornó az elejétől a végéig. Aztán szépen megköszönte a háziasszonynak, hogy megnézhették, és két órával később Frankfurtban voltak – ott szálltak New York-i gépre".

(*Óriások, üveg mögött, homályosan.*) Aki tévézni akar, annak fizetnie kell a szó szoros értelmében is. A televízió bizony pénzbe kerül. Kell venni egy tévékészüléket, egy – lehetőleg sokat tudó – antennát, fizetni kell a postának, a satellit-antennát főlészrelő kft-nek..., vagyis, aki tévézni akar, annak abban a helyzetben kell lennie, hogy fizetni tudjon.

Technikailag a televíziózás már 1930-ban lehetséges volt, és sugároztak is akkortájt műsorokat. De csak kevés ember tudott tévét venni, és ezért az ipar nem tudott a tömeggyártásra berendezkedni. Vagyis nem az az elsődleges kérdés, hogy valami technikailag lehetséges-e, hanem az, hogy lehetséges-e az illető dolog finanszírozása. Az iparnak szükséges van pénzre, hogy kifejlessze a legkülönbözőbb készülékeket, és alkalmassá tegye őket a tömeggyártásra. De a programok elkészítéséhez és sugárzásához is pénz kell. Végül pénzre van szüksége a vásárlónak, hiszen ő fizeti a készüléket is, a sugárzást is, a programot is.

Csak akkor, amikor az emberek elég pénzt keresnek a tévé vásárlására és üzemeltetésére, csak akkor éri meg egy országnak, hogy létrehozza határain belül a televíziózást. Nálunk ez 1960 táján következett be. Lendületbe jöhetett a tévéipar! Adókészülékeket, stúdióberendezéseket, kamerákat, vevőkészülékeket és sok más egyebet vásároltunk – szerényen fejlesztettünk is –, és egyre több család vett magának televíziót. (Ő televízió, te akkoriban mindennál magával ragadóbb státuszszimbólum! Ő, az első gyermek antennákkal a háztetőköni! Ő Takács Mari és Tamási Eszter!) Új piac nyílt. Már harminc éve, hogy nálunk is hódító útjára indult az új médium: a televízió. És az ipar jó boltot csinálhatott. Bekövetkezett az a pillanat, amikor lehetett, érdemes volt médiumokat fejleszteni, mert már rendelkezésre állt a fizetőképes kereslet.

Amikor az emberek nagy részének lett fekete-fehér készüléke, megérett a helyzet a színes televízió piacradobásához. Amikor már a legtöbb család vett színes tévét, elterjedt a házi videózás, megjelent a képlemez, és megkezdte hódító útját a háromdimenziós televízió. Javában virágzott a fekete-fehér televíziózás, amikor már a stúdiók az új, születő igényeknek megfelelően, színes adás sugárzására alkalmas berendezéseket vásároltak. Ezek sokkal drágábbak voltak a

korábbiaknál. A megnövelt előfizetési díjat azonban nemcsak a színes, hanem a fekete-fehér készülékek tulajdonosainak is fizetniük kellett.

Az előfizetési díj régesrégén nem fedi már a sugárzott programok költségeit. Olyan forrást kellett találni, amely gyorsan és folyamatosan pótolja a televízió apadó pénzkészleteit. A hiányzó pénz nagy részét a hirdetések, reklámok fedezik! A cégeknek, amelyek – elsősorban 17 és 21 óra között – hirdetni kívánják termékeiket, fizetniük kell ezért. A TV 1-en átlag napi 15, a TV 2-n átlag napi 23 perc hirdetést adnak (hétfőgén többet is: március 6-án például a TV 2 műsorán 34 perc hirdetés szerepelt). Ez évente kb. 13.000 (!) hirdetésperc, vagyis több mint 200 óra. Belegondolni is szörnyű, különösen azért, mert a műsor struktúrája és a műsoridőpontok eltolódásai miatt ezeket többnyire végig is nézzük. Kétségtelen, hogy a reklámok szép kis summát hoznak a konyhára.

De ki fizeti a révészt? Természetesen a néző. Fizeti akkor, amikor megvásárolja "a világ legjobb fogkrémét", "a nemzetközi sztárok szappanját" vagy "a jó barátot a hajban". Mert hiszen a gyártó a hirdetés költségeit (is) beépíti az eladási árba. – A legtöbb cégnek megéri hirdetni a televízióban; biztos, hogy még sokkal több hirdetésidőt is el lehetne adni, ha nem léteznének bizonyos gátló előírások.

Az ipar mérlege: kétszeres kereseti lehetőség a televízió. Először: haszon származik a televíziószóhoz szükséges készülékek, berendezések, filmek, kazetták stb. eladásából; másodsor: hasznot hoz a hirdetések, reklámok által megismertetett és előnyös piaci helyzetbe hozott áruk kelendősége.

Tévéreklámok nélkül ma már elképzelhetetlen a programok finanszírozása. És miután az "ipar" fizet, bele is akar szólni, mit sugározzon a "közszolgálati televízió". Sok olyan adás van, amely nevében ugyan nem hirdetőműsor, mégis lényegéhez tartozik a reklámozás. Gondoljunk csak például a slágerlistákat bemutató programokra (hanglemez, hang- és videokazetták, kosztümök, divat), vagy a különböző show-műsorok nyilvánvalóan reklámcélokat szolgáló részeire. (Érdekes jelenség e nembn a Szomszédok című teleregény, amelynek alkotói nyilvánvalóan bizonyos nép-nevelői, nép-nemesítési kötelezettséget is éreznek – nem ironikusan, hanem tisztelettel említem e tényt. Világos, hogy a sorozat gyakran reklámoz: hol egy utazási irodát, hol egy bankot. Nyilván valahonnan elő kell teremteni a pénzt a további folytatásokhoz. Ugyanakkor jelen van a sorozatban a non-profit reklám is: felhívja a figyelmet az adás jótékony célú koncertekre, érdekes és fontos közösségi akciókra. Így szerzett a Szomszédok folyóiratunk, az ISKOLAKULTÚRA számára is – önzetlen és nemes gesztussal – jónéhány előfizetőt.)

Egy televízióműsor mögött tehát sokféle érdek rejtőzik: gazdasági, politikai, egzisztenciális és a többi. Ezen érdekeket egyszer könnyebb, másszor nehezebb felismernünk. Egy Reklám feliratú kis műsorblokkban világos a cél: eladni az árut. De a reklám csak akkor éri el hatását, ha az emberek éppen nézik a tévét. A nézettségi arány rendkívül különböző az egyes napszakokban. Ha az első hirdetési blokkot egy család látja, a harmadikat legalább három. És az sem mindegy, hogy a későbbi órák kik ülnek a képernyő előtt: a fizetőképes felnőtt lakosság tömegei. Az emberek általában nem azért kapcsolják be a tévét, hogy reklámot nézzenek, hanem az előtte lévő vagy az utána következő műsorra kíváncsiak. A legnépszerűbb műsorok nyilván a hirdetőtő táborában is a legnépszerűbbek: ha közkedvelt egy filmsorozat – akkor PERSIL! Zenéje már úgy egybeforr a sorozat szignálzenéjével, hogy arról legfeljebb egy új sorozat szignálja tudja leválasztani.

Ugye, kedves Néző, észreveszed, hogy egyes cégek a szemed láttára törnek fel: a szolid délutáni hirdetések helyett egyre közeledve a féműsorhoz, egyre gyakrabban, egyre többféle klippel jelennek meg. Ha valamennyik cég időlegesen eltűnik a képernyőről, lehet találgatni, vajon nagyon jól megy-e neki, vagy esetleg – tönkrement. Ha nem látjuk, elfelejtjük. Ha túl sokat látjuk, csömört kapunk tőle. Bizony, a reklámszakemberek élete sem könnyű!

És mi van a politikai érdekekkel? A Magyar Televízióban véresen komoly politikai háttérharcokra utaló – gyakran meglehetősen primitív – manipulációs rendszer működését lehet megfigyelni. Ennek a kis "étvágygerjesztő" írásnak az illetékességét messze meghaladná egy ilyen elemzés, nem beszélve arról, hogy minden konkrét (negatív) példa mellé egy-egy olyan műsort vagy riportert is ideznünk kellene, aki a munkáját befolyásoló sok-sok kényszer ellenére is megkísérléi a lehetetlent: tisztességesnek maradni. Mert talán mondanunk sem kell, hogy egy szövegből, egy magatartásból, egy kommunikációs helyzetből nagyjából minden tanulságot levonhat a néző, feltéve, ha erre megtanították, érzékennyé tették, és bizonyos alapinformációk birtokában van. Halasszuk e nehéz leckét akkorra, amikor több idő és tér áll majd rendelkezésünkre.

Idézzünk most egyetlen kicsi példát, egyetlen kicsiny sztorit, amelynek bája és humora – ha nem is feledtetni – enyhíti a rideg valóságot.

(Mennyi pénz van voltaképpen az oktatásra?)

(Ut.: Kijelentjük, hogy a "képregény"-ben mind a figurák, mint a történet a költői lelemény szüzlöttei. A napi valósággal való bármiféle egyezés kizárólag a véletlen műve.)